Communiqués et discours

Discours

Allocution de Jennifer Stoddart,
Présidente Commission d'accès à l'information
dans le cadre de la Semaine du commerce électronique

Montréal, le 30 octobre 2001

1- Introduction

C'est avec plaisir que j'ai accepté l'invitation de l'Office de la protection du consommateur à participer à la Semaine du commerce électronique. Une semaine que je trouve particulièrement importante puisqu'elle favorise des échanges sur les bonnes pratiques d'affaires dans le commerce électronique. Le commerce en ligne est de plus en plus populaire auprès des entreprises et des consommateurs. Il s'impose comme un support au développement des activités économiques. Convivial, le commerce en ligne s'avère être la nouvelle façon de transiger et permet aux entrepreneurs d'ici de faire connaître leurs propres réalisations, de proposer de nouveaux produits aux consommateurs et de développer de nouveaux marchés partout dans le monde puisque Internet ne connaît pas les frontières.

La protection des renseignements personnels peut devenir un puissant outil de marketing pour l'entreprise qui applique les mesures de sécurité nécessaires. Le client donnera sa confiance à une entreprise qui gère de façon sécuritaire les renseignements personnels de sa clientèle. Pour ce faire, elle doit faire preuve de transparence et assurer le client qu'elle ne colligera que les renseignements nécessaires à l'objet du dossier. En plus de l'informer de ses droits d'accès au dossier et de rectification des renseignements qu'il contient, l'entreprise doit indiquer au client l'objet du dossier, l'usage qu'elle en fera, la qualité des personnes autorisées à le consulter et l'endroit où il sera conservé. L'entreprise doit aussi être responsable de la sécurité des données lors de leur cueillette et durant leur conservation.

La confidentialité des renseignements personnels détenus, utilisés ou communiqués doit être assurée par l'entreprise de façon à garder la confiance du client. L'entreprise doit aussi obtenir le consentement de la personne concernée avant de communiquer les renseignements ou de les utiliser à d'autres fins que celles auxquelles ils sont destinés. Il y a donc des avantages à la fois pour le commerçant et pour le consommateur à bien protéger les renseignements personnels recueillis lors de transactions. Il revient à l'entreprise de développer des moyens visant à susciter la confiance des consommateurs dans le commerce électronique.

2- Cadre légal

Dès le milieu des années 70, certains pays européens se sont dotés de législations en vue d'assurer la protection des renseignements personnels des citoyens. Depuis, tous

les états membres de l'Union européenne se sont joints à ce mouvement. Parallèlement, afin d'harmoniser les législations nationales des pays membres, l'Union européenne procédait à l'adoption d'un grand nombre de directives dans une foule de domaines. Or, l'une de ces directives a précisément pour objet la protection des renseignements personnels. L'adoption, en juillet 1995, de la *Directive sur la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données* permettait d'établir une protection de haut niveau pour les citoyens de tous les états membres de l'Union européenne et d'assurer la libre circulation de ces données dans ces pays.

De portée internationale, la Directive est importante pour l'Amérique et le Québec en particulier. Ainsi, l'une de ses dispositions a pour conséquence d'empêcher l'exportation de renseignements personnels d'un pays européen vers un pays qui ne leur assure pas une protection adéquate. Au Québec, les citoyens jouissent, en vertu de la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé* adoptée en 1994, d'une protection unique en Amérique du Nord en matière de renseignements personnels. Ainsi, une entreprise européenne peut, par exemple, transférer sans problème à sa filiale québécoise des renseignements personnels sur ses employés ou ses clients. Grâce à ces lois, les entreprises du Québec qui font affaires en Europe bénéficient d'un avantage important.

Je me permets de vous rappeler ici les grands principes qui régissent la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé.* Depuis le 1er janvier 1994, toute entreprise de biens et services doit se conformer à cette loi, dès l'instant où elle recueille, détient, utilise ou communique des renseignements personnels.

Ainsi, l'entreprise ne peut recueillir que les seuls renseignements nécessaires à l'objet du dossier constitué au sujet d'un individu. Sauf exceptions, les renseignements doivent être recueillis directement auprès de la personne concernée, à moins que cette dernière ne consente à la cueillette auprès de tiers. Chaque entreprise doit également prendre et appliquer des mesures de sécurité propres à assurer le caractère confidentiel des renseignements et veiller à ce que les dossiers soient à jour et exacts au moment où elle les utilise pour prendre une décision relative à la personne concernée.

Au chapitre de la communication de renseignements personnels à des tiers, le consentement de la personne concernée est exigée et il doit être manifeste, libre, éclairé, et être donné à des fins spécifiques et ne valoir que pour la durée nécessaire à la réalisation des fins pour lesquelles il a été demandé. La *Loi sur le privé* permet à un individu d'avoir accès à son propre dossier, de le rectifier et de faire retrancher d'une liste nominative tout renseignement détenu ou utilisé par une entreprise à des fins de prospection commerciale ou philanthropique.

Cependant, l'avènement des technologies de l'information a amené le client a se questionner sur la confidentialité des renseignements personnels transmis à une entreprise par Internet. Dans cette perspective, l'Assemblée nationale a adopté, en juin dernier, la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* qui a pour objet d'assurer notamment la sécurité juridique des communications effectuées au moyen de documents, l'équivalence fonctionnelle des documents et leur valeur juridique, quels qu'en soient les supports, ainsi que l'interchangeabilité de ces derniers. Elle vise également à assurer la concertation en vue d'harmoniser les systèmes, les normes et les standards techniques permettant la communication au moyen de documents technologiques. Cette nouvelle loi reconnaît la possibilité d'utiliser divers modes d'authentification de l'identité d'une personne qui communique au moyen d'un document technologique et, dans ce contexte, elle contient des mesures de protection de la vie privée. De plus, la loi affirme la nécessité et prévoit des moyens de faire le lien entre une personne et le document par lequel elle exprime sa volonté ainsi que le lien

du document avec une entreprise, une société ou l'État.

3- Ailleurs au monde

Au Canada, le législateur fédéral a récemment posé des gestes similaires à ceux du Québec en adoptant, en janvier dernier, la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* qui entre en vigueur par étapes successives pendant trois années. Il est important de mentionner que dans certains cas, la loi fédérale impose des règles moins sévères que la Loi sur le secteur privé. Effectivement, par exemple, du point de vue du consentement, la loi fédérale semble accepter, dans le cas d'informations moins sensibles, le consentement implicite de la personne concernée ou visée par les renseignements susceptibles d'être communiqués ou utilisés par une entreprise.

Dans les autres pays, nous remarquons que les approches sont différentes. En Europe comme d'ailleurs au Canada, une loi cadre générale régit la protection des renseignements personnels dans le secteur privé. Chez nos voisins américains, leur approche est plutôt sectorielle et axée sur le commerce. Je peux vous citer un exemple qui illustre la différence entre les deux approches.

De nombreux internautes et des sociétés ont choisi d'héberger leur site Internet aux États-Unis où ils pensaient mettre leur activité à l'abri du regard et des réactions des autres États. L'entreprise YAHOO INC. a installé un site gratuit de ventes aux enchères qui comportait dans l'une de ses déclinaisons la vente d'objets nazis. Pour les Européens et en particulier pour les Français, une telle vente constituait outre une infraction à la législation pénale interne, une offense à la mémoire collective du pays profondément meurtri par les autorités nazis. Des associations françaises ont alors décidé de réagir en s'adressant à la justice. L'entreprise Yahoo a plaidé que les tribunaux n'avaient pas juridiction sur les sites Web américains et que, de plus, le contenu de l'Internet n'est soumis à aucun contrôle national. Cette demande a provoqué une secousse dans le monde de l'Internet. La décision du juge saisi de l'affaire a interdit la vente d'objets nazis sur Internet en France. L'entreprise concernée a décidé d'opérer une reconversion dans ses choix économiques et précisé qu'elle n'accepterait plus la vente aux enchères d'objets nazis ou d'objets faisant référence à des entreprises haineuses ou racistes. Conclusion : Malgré les failles législatives, les consommateurs ont donc le pouvoir de se doter d'un cadre cybernétique responsable qui ne porte pas atteinte au respect de la vie privée. De plus en plus, ils vont utiliser ce pouvoir.

4- Les consommateurs et la vie privée

Nous assistons actuellement à une émergence de projets d'informatisation de dossiers dans différents secteurs d'activités. L'autoroute de l'information permet d'obtenir rapidement une masse importante de renseignements personnels. Prenons par exemple les projets d'informatisation des dossiers de santé. Il y a lieu de se poser des questions relatives à la protection des renseignements personnels contenues dans de telles banques de données. La centralisation des renseignements de santé est-elle absolument nécessaire pour assurer une meilleure pratique de la médecine? Qui sera le détenteur légal et le gardien des renseignements cliniques?

Selon un sondage publié récemment dans le magazine L'Actualité, les consommateurs

considèrent que la carte à puce offre plus d'avantages que d'inconvénients et qu'elle ne représente pas une atteinte à leur vie privée. Cependant, 87% des personnes interrogées estiment que sa mise en place devrait être retardée aussi longtemps que la confidentialité des renseignements personnels ne sera pas garantie. Ce sont des bonnes nouvelles pour les entrepreneurs en commerce électronique. C'est donc dire que de façon générale, les consommateurs ont confiance dans les nouveaux outils technologiques mis sur le marché.

Il faut cependant que les utilisateurs du commerce électronique puissent donner leur consentement à différentes étapes du processus d'achat ou de transactions en ligne.

5- Comment la CAI peut vous aider

La Commission d'accès à l'information peut renseigner les consommateurs sur la protection des renseignements personnels. Des préposées aux renseignements sont disponibles pour répondre, par téléphone, aux demandes d'information générales. Le site Internet de la Commission, qui sera renouvelé d'ici la fin d'année pour être plus convivial et plus pratique deviendra une référence pour obtenir rapidement des informations sur divers sujets qui vous préoccupent. Vous retrouvez d'ailleurs dans notre site les publications et des fiches d'info-conseils sur la confidentialité des renseignements personnels sur plusieurs sujets notamment, le courrier électronique et Internet. Nos décisions, qui font jurisprudence en ce qui concerne la gestion des renseignements personnels des clients et des employés, sont publiées à toutes les deux semaines.

6- Conclusion

Ce tour d'horizon du cadre dans lequel se fera le commerce électronique au Québec me permet de conclure que l'expérience québécoise d'exigence élevée en matière de protection des données personnelles peut, avec une certaine créativité, devenir un atout dans la mise en marché des produits. Notre préoccupation avec le droit à la vie privée est un facteur positif dont il faut pouvoir en tirer tout l'avantage qu'il mérite.

Politique de confidentialité | Copyrights